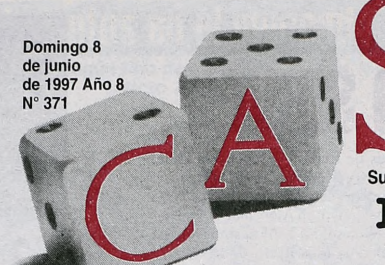
El fenómeno de la extranjerización

ARGENTINA EN VENTA

Por Jorge Schvarzer y Enrique Martínez

página 4

Domingo 8 de junio de 1997 Año 8 N° 371



CASH

Suplemento económico de **Página/12**

MerVal arriba de 800 puntos

FIESTA EN LA BOLSA

Por Alfredo Zaiat

El Buen Inversor, página 6

INFORME ESPECIAL SOBRE EL MERCADO LABORAL

La flexibilización de hecho ya da resultados: las empresas cambian empleados a un ritmo record. La rotación duplica los niveles de Estados Unidos

LA RONDA

- ✓ El movimiento de entrada y salida de trabajadores cuadruplica el promedio europeo.
- ✓ Aumentó la diferencia entre los salarios más altos y los más bajos.
- ✓ El sueldo de un presidente de empresa es 30 veces mayor al de un operario de producción.
- ✓ El problema del mercado laboral no es su rigidez sino su segmentación.
- ✓ Un estudio del Consejo Empresario Argentino revela que dos tercios de los desocupados no cuentan con calificación para conseguir empleo.
- ✓ Un trabajo de la OCDE desmitifica los beneficios de la flexibilización laboral.

Informe de la OCDE

LA FLEXIBILIZACION NO SIRVE

Un estudio de la OCDE, organismo que reúne a los países desarrollados, rompe con ese mito: basado en rigurosos tests estadísticos, no encuentra relación alguna entre mayor flexibilidad y aumento del empleo.

"Cuando los hechos cambian, yo cambio mi forma de pensar. ¿Usted qué haría?" Así respondía Keynes cada vez que alguien le reprochaba el haber dejado el bando de los economistas que endiosaban las virtudes del libre mercado para proponer un fuerte intervencionismo estatal. El consejo del economista inglés no es seguido por los defensores locales del liberalismo, y mucho menos por el menemismo, que insisten con presentar a la flexibilización laboral como la panacea para pulverizar el desempleo sin mayores fundamentos. "Si se eliminaran todas las trabas y regulaciones que existen en el mercado de trabajo se podría crear un millón de nuevos empleos", insiste Roque Fernández, sin más explicaciones. Sin embargo, hasta la OCDE, que predicó siempre las virtudes de la desregulación del mercado laboral, recientemente dejó entrever un cambio en su forma de pensar, o al menos demostró que... las cosas cambian. Difundió un estudio que cuestiona la eficacia de la flexibilidad para crear empleos, y advierte sobre las desventajas de un mercado laboral superelástico, como quieren los empresarios argentinos.

La OCDE es la organización que agrupó originalmente a los países más desarrollados, pero que ahora privilegia el criterio de la liberalización de los mercados como requisito para ingresar al club, al que el gobierno argentino se ilusiona con pertenecer. El estudio está incluido en el último *Employment Outlook* que, pese a haber aparecido varios meses atrás en Europa, donde generó mucha polémica en medios académicos y periodísticos (ver aparte), recién hace pocos días llegó a los despachos del Ministerio de Economía.

Quienes afirman, con algún fundamento, que la desregulación del mercado laboral tiene un efecto positivo sobre la creación de empleo razonan de la siguiente manera. Si no existen "rigideces" en los contratos laborales –tales como las indemnizaciones por despidos o las negociaciones colectivas–, los salarios se ajustarían libremente según los dictados de la oferta y la demanda de empleo. Como el problema, en la mayoría de los países capitalistas modernos, se basa en la desocupación masiva de los desempleados no calificados, a causa del cambio tecnológico, si los salarios de esta gente se cayeran –argumentan– las empresas se verían estimuladas a contratarlas, y en consecuencia el desempleo sería menor. Por lo tanto: en un mercado "flexible", sería esperable que aumentara la desigualdad salarial, mientras disminuyen los niveles de desempleo.

Aun reconociendo el hecho de que habría una baja de salarios, los economistas del Banco Mundial recomiendan la flexibilización laboral como antídoto contra la desocupación en Argentina; y de la misma forma piensa Fernández, aunque jamás lo admitiría en público. En su visión, dejaría que el mercado ajuste "un poquito" por precios (bajando salarios), con tal de reducir la cantidad de desempleados.

A simple vista, los casos de Estados Unidos y de Europa corroborarían esa fórmula ortodoxa. En 1980, un trabajador norteamericano del tope de la pirámide salarial ganaba 3,2 veces más que uno del fondo de la escala, mientras que en 1995 esa diferencia había aumentado a 4,3. En la mayoría de los países de Europa –exceptuada Gran Bretaña–, en cambio, la relación en ese período se mantuvo constante, o incluso disminuyó: en Alemania, por ejemplo, es de sólo 2,2. Al mismo tiempo, es sabido que los niveles de desempleo en Estados Unidos son sustancialmente menores que los europeos. Es así que Carola Pessino, la asesora en temas laborales de Roque, no se cansa de explicar que las negociaciones colectivas, la excesiva sindicalización, y las cláusulas proteccionistas en los contratos de trabajo europeos son allí la causa de las "rigideces" salariales y del alto desempleo.

Pero... ¡sorpresa! La investigación de la OCDE, basada en rigurosos tests estadísticos para un grupo de países del Primer Mundo, no encuentra relación alguna entre mayor flexibilidad y aumento del empleo. El documento lo dice así: "Las correlaciones presentadas sugieren que no hay una tendencia significativa que demuestre que el empleo sea menor y el desempleo mayor, para los trabajadores no calificados, en los países donde la desigualdad es menor". En ese trabajo se precisa también una serie de tendencias preocupantes en los países con una gran desigualdad en la escala salarial, a consecuencia de la flexibilización de la legislación. "La incidencia de los empleos de baja paga tiende a ser más alta en aquellos países donde la desigualdad de los ingresos es más pronunciada", afirma. Y arriesga una conclusión que irritaría al establisment: "Los datos sugieren que tasas mayores de sindicalización y de negociaciones colectivas reducen la incidencia de los empleos de baja remuneración en el total". En este sentido, ejemplifica: "En el caso de Estados Unidos, el 25 por ciento del total de los trabajadores full-time ganan menos de dos tercios de los ingresos medios de la economía, comparado con un 7 por ciento o menos en Bélgica, Finlandia y Suecia".

Finalmente, el informe sostiene que en los países con mayor desigualdad salarial, los de abajo tienen menores chances de mejorar su remuneración en el tiempo. Es decir: con mercados de trabajo más flexibles, los trabajadores no calificados de bajos salarios suelen quedar atrapados en el fondo del escalafón, sin posibilidad alguna de movilidad social. Nuevamente, el caso norteamericano contrasta con el europeo. Después de cinco años, el 34 por ciento de los trabajadores estadounidenses peor pagos continuaban ganando menos de dos tercios del salario promedio de la economía, en tanto sólo el 6 por ciento de los europeos permanecía en la misma situación.

EMPLEO

Producción Maximiliano Montenegro

Un empresario contrata a un trabajador, tras un breve período le agradece los servicios prestados, y lo despide. Emplea a otro, al poco tiempo también lo echa. Y sigue la ronda. Mientras tanto, se va desprendiendo de sus empleados más antiguos, a los que reemplaza con trabajadores jóvenes, a quienes al poco tiempo deja en la calle, y los reemplaza por otros. Y sigue la ronda.

Hay un dato que desvirtúa el discurso tradicional de empresarios y economistas del establishment, que se quejan de la rigidez del mercado laboral en comparación con paradigmas de la desregulación como Estados Unidos o Nueva Zelanda. En Argentina, la proporción de trabajadores que están entrando y saliendo continuamente de las empresas (lo que se denomina la tasa de rotación de la mano de obra) duplica los niveles de aquellos paraísos del libre mercado (ver cuadro). Este es un excelente indicador del grado de flexibilidad del mercado laboral por una razón muy simple: si los contratos fueran extremadamente costosos, los empresarios desistirían de convalidar semejante nivel de despidos e incorporaciones, y preferirían trabajar con un plantel más estable. Precisamente, en Europa, donde las relaciones laborales están muy reguladas, la tasa de rotación de los trabajadores es muy baja.

En la actualidad, la velocidad con que se mueve la puerta giratoria de los puestos de trabajo en la Argentina duplica los niveles de 1990. Los economistas oficialistas podrían ar-



The Economist ataca

"AYUDA A CREAR EMPLEO"

Hace unos meses, el estudio de la OCDE, que desmitifica las virtudes de un mercado laboral flexible, generó una gran controversia en diversos medios europeos. Uno de los ataques más fuertes a sus novedosas conclusiones fue la del semanario británico *The Economist*, que, tan riguroso como conservador en sus análisis, editorializó a favor de la flexibilización. "Pese a que (sobre la base de la investigación de la OCDE) varios periódicos parecen argumentar lo contrario, una mayor dispersión salarial ayuda para crear empleos", encabeza la publicación. Luego ensaya una explicación de por qué "la OCDE no ha cambiado su opinión (respecto de la flexibilización) en absoluto".

Los argumentos de *The Economist* intentan desacreditar la validez de la investigación: "El estudio de la OCDE no realiza un test adecuado del intercambio en cuestión. Por sí sola, la falta de una correlación positiva entre altos niveles de desigualdad salarial y bajo desempleo no prueba nada", afirma. Y apunta con una objeción típica en estos casos: "Primero, el estudio incluye sólo una pequeño número de países".

Tras lo cual, vuelve algo más sofisticada su crítica: "Segundo, y más importante, el análisis de la OCDE falla al no tener en cuenta otros factores que influencian el nivel de desempleo, como los *standars* de educación y entrenamiento. Como éstos varían entre países, uno no esperaría encontrar una relación perfecta entre niveles de desempleo y niveles de desigualdad salarial". E insiste ejemplificando con otros estudios privados que sí confirmarían a la perfección los beneficios de un mercado flexible para la creación de empleos.

Pero, sorprendentemente, después de todo, *The Economist* se distancia de la mística ortodoxa que profesan Roque Fernández y Carola Pessino, que insisten que con la sola desregulación total del mercado de trabajo se crearía en Argentina un millón de puestos de trabajos. Y acepta que la flexibilización por sí sola no es la panacea. "Tal vez, la mejor manera de interpretar el reciente estudio de la OCDE es afirmando que la flexibilidad es una condición necesaria, pero probablemente no suficiente, para bajar el desempleo. Los mercados laborales flexibles también necesitan combinarse con otras políticas, como una mejor educación y entrenamiento, para asegurar que los trabajadores menos calificados queden atrapados en el último peldaño", sostiene el semanario británico. Precisamente, esto último es lo que sucedió en Argentina en los años recientes: el mercado laboral se flexibilizó en la práctica, las diferencias entre los salarios altos y los bajos se ensancharon, y los trabajadores no calificados se sumergieron en la incertidumbre permanente, sin ninguna aspiración de progreso social.



gumentar que ello se debe a la profunda reestructuración empresarial de los últimos años antes que a las características particulares del mercado laboral. Sin embargo, pasados los primeros años de la Convertibilidad, en los que la reconversión productiva alcanzó su pico, la movilidad de la mano de obra no ha dejado de crecer.

En el Ministerio de Trabajo reconocen que el aumento en la rotación de los empleos se explica fundamentalmente por el boom de contratos de "duración determinada", que concentran el 17 por ciento del mercado laboral contra el 6 por ciento de un año antes. En este segmento, la tasa de rotación va de 10 a 12, contra el 1,5 en los puestos de trabajo indeterminados, resultado que igualmente es elevado en términos internacionales. Cada vez es más notable la sustitución de los contratos "rígidos" en favor de los modalidades que no pagan cargas sociales ni indemnizaciones por despido. En marzo último, por ejemplo, casi el 50 por ciento de los despidos fue de trabajadores con contratos tradicionales, en tanto casi el 75 por ciento de las incorporaciones fueron empleos flexibles.

Movimientos en el mercado

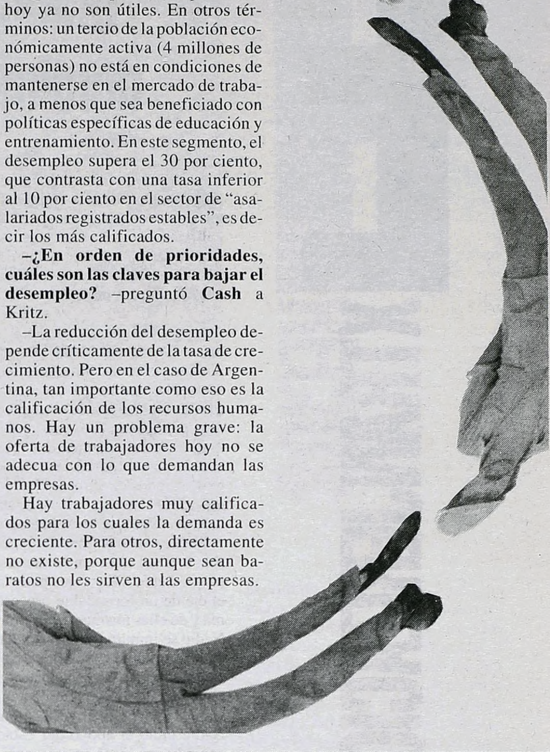
–según tipo de contrato–
(marzo 1997)

	Altas	Bajas
Duración indeterminada	35,5%	21,8%
Duración determinada	38,8%	28,0%
Período de prueba	25,2%	49,4%

Nota: El total no da 100%. La diferencia corresponde al personal de agencias.
Fuente: "Encuesta de Indicadores Laborales", MTSS.

Las cifras anteriores sirven para entender por qué el sector más intransigente del empresariado no estaba dispuesto a arriesgar en la mesa de negociaciones con el Gobierno y la CGT las conquistas flexibilizadoras de los últimos años. El asesor en temas laborales de la UIA Daniel Funes de Rioja lo dijo con todas las letras: "Si vamos a negociar livianito, mejor nos quedamos con la flexibilización de hecho".

Argentina se ajusta a las conclusiones generales del estudio de la OCDE, que demuestra que si bien en los mercados flexibles aumenta la desigualdad no necesariamente ello va acompañado de una baja del desempleo (ver aparte). Según la consultora Towers Perrin, en 1997 el presidente de una gran empresa en la Argentina gana treinta veces más que un obrero industrial, cuando esa diferencia era de veintiocho hace tres años. En Estados Unidos esa proporción es de veinticuatro y en los países europeos oscila entre diez y quince.



Llach, dos tercios de los desempleados están en una situación que, aún si su salario fuera mínimo, difícilmente serían contratados por no contar con las habilidades requeridas por la empresa. Simplemente, hoy ya no son útiles. En otros términos: un tercio de la población económicamente activa (4 millones de personas) no está en condiciones de mantenerse en el mercado de trabajo, a menos que sea beneficiado con políticas específicas de educación y entrenamiento. En este segmento, el desempleo supera el 30 por ciento, que contrasta con una tasa inferior al 10 por ciento en el sector de "asalariados registrados estables", es decir los más calificados.

–¿En orden de prioridades, cuáles son las claves para bajar el desempleo? –preguntó **Cash** a Kritz.

–La reducción del desempleo depende críticamente de la tasa de crecimiento. Pero en el caso de Argentina, tan importante como eso es la calificación de los recursos humanos. Hay un problema grave: la oferta de trabajadores hoy no se adecua con lo que demandan las empresas.

Hay trabajadores muy calificados para los cuales la demanda es creciente. Para otros, directamente no existe, porque aunque sean baratos no les sirven a las empresas.

Carola Pessino, de Economía

La inflexible

Consultada por **Cash**, Carola Pessino, la asesora laboral de Roque Fernández, desestimó las conclusiones del estudio de la OCDE: "Varias de las regresiones estadísticas que allí se presentan están mal realizadas", sostuvo. E insistió con la teoría de que si se realizara una desregulación total del mercado de trabajo habría un boom de empleos nuevos en la economía. "Con sólo eliminar todas las regulaciones se crearían un millón de puestos de trabajo, gracias a las ganancias de eficiencia de la economía", afirmó. Y subió la apuesta, "a eso habría que sumarle el aumento de los empleos por el crecimiento del producto, con lo cual podría haber por lo menos 1,5 millón de nuevos puestos de trabajo".

–¿En qué plazo está pensando?

–En los próximos dos o tres años, no más.

Semejante pronóstico viene acompañado de otro beneficio para los trabajadores: "No sólo va a haber más empleo, sino que también crecerían los salarios reales".

–¿Pero no aumentaría todavía más la desigualdad salarial, como sucede en los países con mercados muy desregulados?

–Para nada. De hecho en Inglaterra y en Nueva Zelanda, al poco tiempo de la flexibilización los salarios reales aumentaron mucho. Y en la Argentina, si se eliminaran los impuestos al trabajo, estoy segura que subirían los salarios de bolsillo.

Dentro de lo que Pessino considera sería una desregulación "en serio" del mercado de trabajo se encuentra, además del fondo de capitalización para las indemnizaciones, y las negociaciones por empresas, la eliminación de los aportes patronales.

–¿Y si no se logra un flexibilización total como la que propone?

–El problema es que con el mercado laboral no existe una solución de segundo mejor: es todo o nada.

EXCLUIDOS

Más que en la supuesta rigidez de las instituciones, el verdadero problema está en la segmentación del mercado laboral entre los trabajadores calificados y no calificados de acuerdo con las necesidades de las empresas. No casualmente, en el estudio que en los próximos días le entregará el Consejo Empresario Argentino (CEA) al Gobierno se destaca la magnitud que ha adquirido este fenómeno. Según el trabajo elaborado por Ernesto Kritz y Juan

A LOS SALTOS

–tasa de rotación de la mano de obra, en % sobre el total de ocupados (*)–

Argentina	2,6
Nueva Zelanda	1,3
Estados Unidos	1,0
Europa	0,1/0,7

(*) Es el promedio simple entre las tasas de ingresos y salidas al mercado laboral.

Definiciones:
**** Tasa de entrada***: es la relación entre la cantidad de ingresantes al mercado laboral registrada durante el mes y los ocupados a fin del mes anterior.
**** Tasa de salida***: es la relación entre la cantidad de bajas registradas durante el mes y los ocupados a fin del mes anterior.

Fuente: Datos del Ministerio de Trabajo, Ernesto Kritz, Pablo Gerchunoff y OCDE.

Ernesto Kritz, analista

Círculo vicioso

Ernesto Kritz, especialista en temas laborales, estima que si los niveles de rotación en los puestos de trabajo continúan aumentando, terminarán elevando sensiblemente los costos de los empresarios y disminuyendo su competitividad. Excepto en las tareas de muy baja calificación, "la productividad se ve fuertemente afectada por los cambios de personas en un mismo puesto de trabajo: los modelos modernos de organización demandan un mayor involucramiento con las actividades de la empresa, que no se puede dar con semejantes niveles de rotación". En el mismo sentido, las altas tasas de movilidad desalientan a las empresas a invertir en la calificación de sus trabajadores, con lo cual profundizan el círculo vicioso de la segmentación del mercado laboral.

Kritz piensa que una mayor flexibilización creará más empleo si y sólo si la economía crece a tasas importantes. Pero, hoy lo que más lo preocupa es el desfasaje entre la oferta y demanda de trabajadores debido a falta de calificaciones. Incluso, dice que el gobierno debería implementar una política de subsidios, tal vez financiando parte del salario, para calificación y entrenamiento de los desempleados que pretenden reinsertarse en el mercado. "El problema hoy es que los ganadores y los perdedores son gente muy distinta: los puestos que se crean en los sectores más sofisticados no tienen nada que ver con los que se destruyen", asegura.



EXTRANJERIZACION

Shopping Argentina

Unidos o dominados

Por Jorge Schvarzer

Primero vinieron grandes compañías extranjeras a quedarse con las empresas locales de servicios públicos pero a nadie le importó. Esas empresas eran muy ineficientes y pocos creían que los grupos económicos locales fueron capaces de manejarlas al estilo moderno. El capital extranjero (y hasta las empresas de otros estados) parecían más atractivos que los gerentes autóctonos.

Luego vinieron otras empresas multinacionales a quedarse con algunas de las mayores, y más tradicionales, plantas locales de alimentos, pero nadie pareció molestarse. El grupo Bunge y Born vendió buena parte de sus filiales fabriles, pero había perdido imagen ante la opinión pública por "arrastre" de su intervención directa en la gestión gubernamental a mediados de 1989. La venta de la mayor fábrica argentina de galletitas provocó algunos signos de sorpresa, pero no pasó de allí. Si ni siquiera la UIA, que había sido presidida por su dueño, se inmutó. ¿Por qué otros habían de decir algo?

Luego vinieron más compras de empresas que pasaron, una vez más, sin comentarios. Varias petroleras de propiedad familiar y que parecían haberse convertido en el eje de un formidable proceso de expansión de la rama y de ellas mismas vendieron sus paquetes de control. Nadie se inmutó. Se supuso que vendían porque no podían afrontar las enormes inversiones requeridas para avanzar más en el negocio petrolero frente a la presión de las grandes multinacionales. Nadie pidió el apoyo del Estado al capitalismo local en una sociedad donde el Estado está mal visto y el capitalismo local también.

Ahora se venden los bancos locales a un ritmo de blizkrieg y hubo sorpresas, pero no protestas. Ni siquiera ADEBA, cuya razón de ser fue la defensa de los bancos locales, emitió un comunicado o insinuó una posición (de apoyo o de crítica).

Hace ya casi treinta años, Carlos Díaz Alejandro, un economista extranjero que escribió un libro ya clásico sobre la economía argentina, consideró que nuestro país "tendrá que formarse su propia opinión política acerca de dónde trazar la línea divisoria para la construcción de un capitalismo argentino sin capitalistas argentinos". Hoy, luego de muchas marchas y contramarchas, parecería que lo hemos resuelto, el año 2000 nos encontrará dominados por el capital externo y hasta puede ser que mantengamos la esperanza de que él sepa, y quiera, hacer lo que no supieron, o no pudieron, hacer nuestros connacionales. Algo que no ocurrió en ningún rincón del mundo. Al menos, hasta ahora.

Y ahora, a gozar de la renta

Por Enrique M. Martínez

El 10 de enero de 1993 se publicó en **Cash** un aporte mío, del cual me permito citar el primer y último párrafos. Empezaba diciendo: "Todos los analistas económicos y políticos ponen énfasis en una característica que surgiría del proceso de privatizaciones: la concentración del poder en la patria contratista, súbitamente devenida patria servidora. A mi entender ésa no es una lectura correcta". Después de justificar esto, cerraba la nota diciendo: "... se consolidará la fractura del país en un área moderna y otra, ya no rezagada, sino mendicante y desesperada... La integración definida por el mercado, sin una conducción política que priorice la existencia de algo mínimamente considerado una comunidad nacional, nos pulverizará como país. En sus restos... estará la ex patria contratista, pero no como conductores de empresas sino gozando de la renta financiera que les proveerán las suculentas comisiones obtenidas en el desguace. Los sillones de los directorios serán ocupados por gentes que irán hablando castellano de a poco, con más o menos acento y que nos conducirán al Primer Mundo, en realidad a su trastienda".

Así fue. En realidad, no sólo las empresas privatizadas sino buena parte del resto de las propiedades adquiridas por la patria financiera, luego contratista, luego servidora, hoy tienen ignotos dueños globalizados, cerrando así un ciclo que comenzó hace veinte años. ¿Y ahora qué?

Una primera conclusión –positiva– es que si el poder económico criollo se retira a gozar de la renta es porque no advierte maneras fáciles de seguir exprimiendo la naranja. Esto podría reducir y hasta eliminar el riesgo de bruscos golpes de timón para beneficiar a pequeños grupos a expensas del resto. La Argentina será más previsible. Pero justamente es necesario entender cuál será nuestro destino si el nuevo esquema de poder se perpetúa, acompañado por un Estado que sea sólo espectador. En estos términos, la incorporación al resto del mundo será segmentada al máximo, porque no habrá actores que tengan razones culturales o políticas o menos afectivas de ninguna naturaleza para priorizar otra cosa que la rentabilidad directa de cada emprendimiento. Desarrollo regional: igualdad de oportunidades, atención del marginado pueden ser conceptos que dejen de ser olvidados –situación actual– para pasar a ser lisa y llanamente eliminados del lenguaje. En tal marco se agiganta la responsabilidad del gobierno nacional y de cada una de las instancias menores. Para poder considerarnos una Nación, de ahora en más –cada vez de manera más presionante– será necesario que los gobiernos promuevan la igualdad de oportunidades en materia educativa, laboral o asistencial. Esta tarea es ardua en tiempos normales, pero se hace superlativa cuando se debe contrarrestar una cultura que ha marcado las pautas inversas. Por tal razón, me parece imprescindible llevar esta discusión a la superficie del interés comunitario, en el mismo plano que la corrupción o la desocupación. La globalización es un hecho difícil de revertir, respecto del cual probablemente ni siquiera debería ser interesante intentar revertirlo, pero al cual hay que sumarse con una identidad. Hay que ser alguien. Eso demanda gobiernos que respalden a su gente y a la vez sean respaldados por ella. Es urgente que entendamos cómo se consigue eso cuando nueve de los diez primeros bancos privados del país son de capital extranjero; cuando la generación y distribución eléctrica es totalmente controlada por empresas externas; cuando cada empresa, en cada rincón de la Argentina, sólo responda a sus accionistas y además crea que eso es exactamente lo que corresponde.

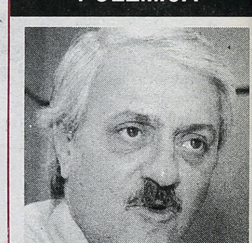
Las corporaciones internacionales salieron de compras por el mercado argentino. Y en los últimos años se alzaron con varias compañías, siendo los bancos el bocado reciente. Dos columnistas del **Cash** opinan sobre la estrategia de los grupos locales y el fenómeno de la transnacionalización.



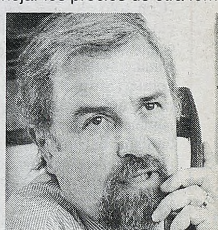
La estrategia de precios predatorios que aplican algunas grandes cadenas es la escalada más violenta en la puja por ganar participación en un negocio que mueve 10 mil millones de pesos por año. Entre los proveedores perjudicados por esa práctica comercial se encuentra Coca-Cola, Editorial Estrada, Molinos, Arisco, entre otros.

(Por Alberto Nóbile) En el último año y medio, la encarnizada competencia entre los hipermercados derivó en que algunos pusieran en marcha la estrategia de vender por debajo del costo a fin de ganar una mayor porción del negocio. La batalla está planteada en una actividad que mueve casi 10 mil millones de dólares al año. Las cadenas que aplica...

OPINIONES PARA LA POLEMICA



Carlos Paciarotti, de la Cámara Argentina de Supermercados: "No avalamos ni aceptamos esa política; creemos que es una práctica comercial desleal que apunta a apoderarse cada día de una porción más amplia del mercado y luego, con una posición dominante, sí manejar los precios de otra forma."



Hugo Miguens, de Cadam: "El consumidor quizás se beneficie en el corto plazo, pero luego de canibalizar a la competencia, los híper fijarán los precios que le permitirán recuperar lo que perdieron".

Gerardo Ruiz, de Wal Mart: "La competencia es la que realmente nos dice a qué precio vender un producto; vemos que el consumidor es el que está ganando, y también las fábricas, porque están vendiendo más".

Alfredo Blousson, de Terrabusi: "Si los híper operan con nuestros productos por debajo de una banda (costo de la mercadería más ingresos brutos), suspendemos las entregas".

EXTRANJERIZACION

Shopping Argentina

Unidos o dominados

Por Jorge Schvarzer

Primero vinieron grandes compañías extranjeras a quedarse con las empresas locales de servicios públicos pero a nadie le importó. Esas empresas eran muy ineficientes y pocos creían que los grupos económicos locales fueron capaces de manejarlas al estilo moderno. El capital extranjero (y hasta las empresas de otros estados) parecían más atractivos que los gerentes autóctonos.

Luego vinieron otras empresas multinacionales a quedarse con algunas de las mayores, y más tradicionales, plantas locales de alimentos, pero nadie pareció molestarse. El grupo Bunge y Born vendió buena parte de sus filiales fabriles, pero había perdido imagen ante la opinión pública por "arrastre" de su intervención directa en la gestión gubernamental a mediados de 1989. La venta de la mayor fábrica argentina de galletitas provocó algunos signos de sorpresa, pero no pasó de allí. Si ni siquiera la UIA, que había sido presidida por su dueño, se inmutó. ¿Por qué otros habían de decir algo?

Luego vinieron más compras de empresas que pasaron, una vez más, sin comentarios. Varias petroleras de propiedad familiar y que parecían haberse convertido en el eje de un formidable proceso de expansión de la rama y de ellas mismas vendieron sus paquetes de control. Nadie se inmutó. Se supuso que vendían porque no podían afrontar las enormes inversiones requeridas para avanzar más en el negocio petrolero frente a la presión de las grandes multinacionales. Nadie pidió el apoyo del Estado al capitalismo local en una sociedad donde el Estado está mal visto y el capitalismo local también.

Ahora se venden los bancos locales a un ritmo de blizkrieg y hubo sorpresas, pero no protestas. Ni siquiera ADEBA, cuya razón de ser fue la defensa de los bancos locales, emitió un comunicado o insinuó una posición (de apoyo o de crítica).

Hace ya casi treinta años, Carlos Díaz Alejandro, un economista extranjero que escribió un libro ya clásico sobre la economía argentina, consideró que nuestro país "tendrá que formarse su propia opinión política acerca de dónde trazar la línea divisoria para la construcción de un capitalismo argentino sin capitalistas argentinos". Hoy, luego de muchas marchas y contramarchas, parecería que lo hemos resuelto, el año 2000 nos encontrará dominados por el capital externo y hasta puede ser que mantengamos la esperanza de que él sepa, y quiera, hacer lo que no supieron, o no pudieron, hacer nuestros connacionales. Algo que no ocurrió en ningún rincón del mundo. Al menos, hasta ahora.

Las corporaciones internacionales salieron de compras por el mercado argentino. Y en los últimos años se alzaron con varias compañías, siendo los bancos el bocado reciente. Dos columnistas del Cash opinan sobre la estrategia de los grupos locales y el fenómeno de la transnacionalización.

Y ahora, a gozar de la renta

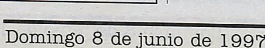
Por Enrique M. Martínez

El 10 de enero de 1993 se publicó en **Cash** un aporte mío, del cual me permito citar el primer y último párrafos. Empezaba diciendo: "Todos los analistas económicos y políticos ponen énfasis en una característica que surgiría del proceso de privatizaciones: la concentración del poder en la patria contratista, súbitamente devenida patria servidora. A mi entender ésa no es una lectura correcta". Después de justificar esto, cerraba la nota diciendo: "... se consolidará la fractura del país en un área moderna y otra, ya no rezagada, sino mendicante y desesperada... La integración definida por el mercado, sin una conducción política que priorice la existencia de algo mínimamente considerado una comunidad nacional, nos pulverizará como país. En sus restos... estará la ex patria contratista, pero no como conductores de empresas sino gozando de la renta financiera que les proveerán las suculentas comisiones obtenidas en el desguace. Los sillones de los directorios serán ocupados por gentes que irán hablando castellano de a poco, con más o menos acento y que nos conducirán al Primer Mundo, en realidad a su trastienda".

Así fue. En realidad, no sólo las empresas privatizadas sino buena parte del resto de las propiedades adquiridas por la patria financiera, luego contratista, luego servidora, hoy tiene ignotos dueños globalizados, cerrando así un ciclo que comenzó hace veinte años. ¿Y ahora qué?

Una primera conclusión –positiva– es que si el poder económico criollo se retira a gozar de la renta es porque no advierte maneras fáciles de seguir exprimiendo la naranja. Esto podría reducir y hasta eliminar el riesgo de bruscos golpes de timón para beneficiar a pequeños grupos a expensas del resto. La Argentina será más previsible. Pero justamente es necesario entender cuál será nuestro destino si el nuevo esquema de poder se perpetúa, acompañado por un Estado que sea sólo espectador. En estos términos, la incorporación al resto del mundo será segmentada al máximo, porque no habrá actores que tengan razones culturales o políticas o menos afectivas de ninguna naturaleza para priorizar otra cosa que la rentabilidad directa de cada emprendimiento. Desarrollo regional: igualdad de oportunidades, atención del marginado pueden ser conceptos que dejen de ser olvidados –situación actual– para pasar a ser lisa y llanamente eliminados del lenguaje. En tal marco se agiganta la responsabilidad del gobierno nacional y de cada una de las instancias menores. Para poder considerarnos una Nación, de ahora en más –cada vez de manera más presionante– será necesario que los gobiernos promuevan la igualdad de oportunidades en materia educativa, laboral o asistencial. Esta tarea es ardua en tiempos normales, pero se hace superlativa cuando se debe contrarrestar una cultura que ha marcado las pautas inversas. Por tal razón, me parece imprescindible llevar esta discusión a la superficie del interés comunitario, en el mismo plano que la corrupción o la desocupación. La globalización es un hecho difícil de revertir, respecto del cual probablemente ni siquiera debería ser interesante intentar revertirlo, pero al cual hay que sumarse con una identidad. Hay que ser alguien. Eso demanda gobiernos que respalden a su gente y a la vez sean respaldados por ella. Es urgente que entendamos cómo se consigue eso cuando nueve de los diez primeros bancos privados del país son de capital extranjero; cuando la generación y distribución eléctrica es totalmente controlada por empresas externas; cuando cada empresa, en cada rincón de la Argentina, sólo responda a sus accionistas y además crea que eso es exactamente lo que corresponde.





PRECIOS

Hipermercados venden por debajo del costo

A TODO O NADA

Tony Valdez

La estrategia de precios predatorios que aplican algunas grandes cadenas es la escalada más violenta en la puja por ganar participación en un negocio que mueve 10 mil millones de pesos por año. Entre los proveedores perjudicados por esa práctica comercial se encuentra Coca-Cola, Editorial Estrada, Molinos, Arisco, entre otros.

(Por Alberto Nóbile) En el último año y medio, la encarnizada competencia entre los hipermercados derivó en que algunos pusieran en marcha la estrategia de vender por debajo del costo a fin de ganar una mayor porción del negocio. La batalla está planteada en una actividad que mueve casi 10 mil millones de dólares al año. Las cadenas que aplican esa estrategia explican que apuntan a beneficiar al consumidor. Las que se oponen a esa política de comercialización advierten que se trata de un caso de práctica desleal que conduce al monopolio. Por su parte, los proveedores manifiestan su desacuerdo con el uso de precios predatorios porque sostienen que los perjudica. Luis Mario Castro, presidente de Unilever Argentina, apuntó que el dumping interno "distorsiona la relación precio/beneficio, afectando directamente el valor de la marca".

Vender por debajo del costo no significa que los híper pierdan dinero en su operatoria global sino que, como dicen los expertos, "son islas de pérdidas en un mar de ganancias". Es usual que los proveedores llenen las góndolas el día de la apertura de una nueva boca sin cobrar un centavo o que las grandes cadenas les reclamen bonificaciones por sus compras. También algunos híper gozan de exenciones en el pago de Ingresos Brutos. Esas ventajas les permiten operar a menores costos que los pequeños y medianos comercios.

Algunos híper reconocen que las ofertas por debajo del costo forman parte de una estrategia destinada a incentivar las ventas del resto de los productos, cuyos precios resultan superiores a los de la competencia. "Atraemos la atención del cliente con esa política en bienes clave, como las bebidas o los artículos de limpieza, que se necesitan todos los días, pero esa inversión la recuperamos con creces en otros productos", señaló a *Cash* el directivo de una gran cadena. Los datos de la encuesta mensual del Indec confirman que los híper no sufren quebrantos en sus balances: en promedio, el margen bruto de esa actividad ronda el 20 por ciento.

"Vender por debajo del costo no significa que los híper pierdan dinero en su operatoria global sino que son 'islas de pérdidas en un mar de ganancias'."

En esa feroz competencia algunos proveedores se vieron obligados a publicar solicitadas para aclarar que ellos no vendieron a precios preferenciales a los híper. Coca-Cola, Serie Dorada, Grundig, Bodega Motegay, Crown Mustang, Editorial Estrada, Molinos, Reckitt & Colman y Arisco, entre otras, recorrieron ese camino.

BATALLA POR EL LIDERAZGO

Para Hugo Miguens, presidente de Cadam, entidad que agrupa a los distribuidores y autoservicios mayoristas, la historia se remonta a fines de 1995, cuando "Wal Mart y Carrefour comenzaron a vender Coca-Cola por debajo del precio de costo, modalidad que está prohibida en sus países de origen. Pero lo peor fue que otros los siguieron". El directivo sostuvo que "el consumidor quizá se beneficie en el corto plazo, pero luego de canibalizar a la competencia los híper fijarán los precios que les permitirán recuperar lo que perdieron".

Coca-Cola fue una de las empresas que resultó herida en el primer combate, cuando Wal Mart llegó a vender las latas de gaseosas a 35 centavos y la botella de dos litros a 1,10 pesos, mientras los valores sugeridos eran 50 centavos y 2,10 pesos, respectivamente. Durante las primeras semanas posteriores a la apertura del gigante minorista, los productos líderes fueron ofrecidos a precios hasta un 80 por ciento inferiores a los sugeridos por los proveedores para la venta al público.

Crown Mustang también quedó en el medio del campo de batalla: los televisores que le vendía a 300 pesos a Makro eran ofrecidos al público a 250. Mientras que en el caso de Editorial Estrada, el repuesto Rivadavia de 480 hojas era vendido por esta misma cadena un 35,37 por ciento por debajo del costo de adquisición. "Era tan grosero que nadie podía suponer que se trataba de ventajas obtenidas sobre el precio de compra", recordó Jorge Black, gerente general de la editorial. Esa política aprovechando la posición dominante que practican las grandes cadenas perjudica fundamentalmente a los pequeños y medianos comercios, que no tiènen respaldo financiero suficiente para aguantar la embestida. Al respecto, Pedro Waisman, director de Electrodomésticos Turbocam, sostuvo que la venta por debajo del costo "es un acto de deslealtad comercial. Sus fines, en general, son destruir económica y financieramente a sus competidores con el objeto de quedarse con el mercado. Cuando esto se logra, se vuelven a aumentar los precios y, al final, se perjudica a los consumidores y se genera desempleo".

Bob Martin, titular de Wal Mart International, reconoció públicamente hace tiempo que "vender por debajo del costo forma parte de la batalla para ser líder de precios en el mercado". En ese entonces, Carlos Richter, gerente de Mercaderías de Carrefour, sostenía que a partir del compromiso público con sus consumidores, el precio más bajo, "en algunas oportunidades nos sentimos obligados a bajarlos por debajo del costo, pero son casos puntuales".

En esta oportunidad, ante la consulta de *Cash*, los directivos de Carrefour optaron por el silencio. En cambio, Gerardo Ruiz, director de Relaciones Públicas de Wal Mart para América del Sur, aprovechó la ocasión para subrayar que "la competencia es la que realmente nos dice a qué precio vender un producto, a partir de nuestro compromiso de ofrecer siempre el mejor precio, independientemente de que éste sea superior o inferior al de adquisición". Ruiz agregó que "vemos que el consumidor es el que está ganando, y también las fábricas porque están vendiendo más".

VIDRIERA PELIGROSA

Los miembros de la Cámara Argentina de Comercio acordaron "combatir la venta de productos por debajo del precio de costo, ya que se considera una práctica desleal que, aprovechando los mecanismos de libre mercado, termina precisamente distorsionándolos". Por su parte, la Cámara Argentina de Supermercados (CAS) "no avala ni acepta" esa política comercial, señaló Carlos Paciarotti, de la Mesa Directiva de la CAS. Y agregó que así "se produce un daño irreparable a las marcas de esos productos que son bastardeados con precios viles".

"Wal Mart vendió las latas de Coca-Cola a 35 centavos y la botella de dos litros a 1,10 pesos, cuando los valores sugeridos eran 50 centavos y 2,10 pesos, respectivamente."

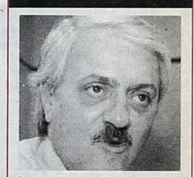
Paciarotti señaló que "juzgamos duramente a los colegas que hacen dumping interno pero no tomamos ninguna medida disciplinaria porque no está contemplado en los estatutos de la Cámara, pero estamos analizando seriamente conformar un Código de Etica Comercial".

Para algunos fabricantes comienza a ser evidente que la gran vidriera que hasta hoy los expone mañana puede exprimirlos al afectar el valor de sus marcas. Las ofertas de productos a precios inferiores al costo ocasiona a los fabricantes graves problemas con el resto de sus clientes. A fines del año pasado Molinos y Reckitt & Colman cuestionaron a los híper. En algunos casos, las industrias llegaron a suspender temporariamente las relaciones comerciales con las cadenas "en defensa de sus marcas y la sana competencia".

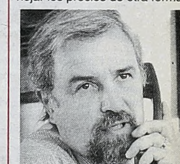
Para Alfredo Blousson, director de Consumer y Trade Marketing de Terrabusi, la decisión ya está tomada: "Si los híper operan con nuestros productos por debajo de una banda (costo de la mercadería más Ingresos Brutos), suspendemos las entregas". Jorge Castro Volpe, presidente de Molinos, coincidió con esa postura, al subrayar que "no le vendemos a nadie que lleve adelante esa política comercial".

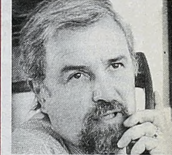
Sin embargo, dada la triangulación existente en el mercado, tampoco la decisión de cortar relaciones comerciales con una gran cadena resuelve el conflicto. Así, mientras siga existiendo un vacío legislativo respecto de ese tema, los híper seguirán imponiendo sus propias reglas de juego.

OPINIONES PARA LA POLEMICA



Carlos Paciarotti, de la Cámara Argentina de Supermercados: "No avalamos ni aceptamos esa política; creemos que es una práctica comercial desleal que apunta a apoderarse cada día de una porción más amplia del mercado y luego, con una posición dominante, sí manejar los precios de otra forma.





Hugo Miguens, de Cadam: "El consumidor quizás se beneficie en el corto plazo, pero luego de canibalizar a la competencia, los híper fijarán los precios que le permitirán recuperar lo que perdieron".

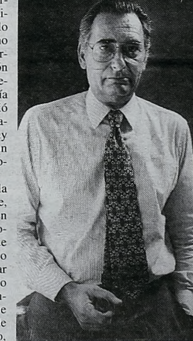
Gerardo Ruiz, de Wal Mart: "La competencia es la que realmente nos dice a qué precio vender un producto; vemos que el consumidor es el que está ganando, y también las fábricas, porque están vendiendo más".

Alfredo Blousson, de Terrabusi: "Si los híper operan con nuestros productos por debajo de una banda (costo de la mercadería más ingresos brutos), suspendemos las entregas".

Al filo de la legalidad

Para penalizar el dumping interno "se debe evaluar si existen posiciones dominantes en el mercado, lo que es difícil de resolver porque no hay evidencias", señaló a *Cash* Jorge Bogo, presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, dependencia de la Secretaría de Industria. El funcionario advirtió que "no se debe actuar apresuradamente adoptando legislaciones muy malas que existen en otros países sin analizar la cuestión seriamente sobre la base de cifras reales".

En la práctica, la aplicación de la legislación actualmente vigente, sancionada en 1980, requiere que en la denuncia sobre precios predatorios quede demostrado no sólo que se vendió por debajo del costo sino que, además, se lo hizo para atacar a la competencia. Esto último es lo que pena esa ley, algo prácticamente imposible de probar. Sucede que la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia no actúa de oficio, sino que sólo lo hace ante denuncias puntuales.



Jorge Bogo, presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

El Programa Belgrano para la modernización del comercio minorista, lanzado oficialmente a mediados del año pasado por el Gobierno, dedicó especial atención a la competencia desleal. En tal sentido, el plan prevé la generación de un Código de Prácticas Comerciales "que mejore las relaciones entre las empresas proveedoras y el comercio, evitando situaciones de abuso que aceleren el deterioro del sector".

La venta de productos de consumo masivo a pérdida está prohibida en varios países (Austria, Bélgica, Francia, Suiza, Australia, Canadá, Francia y Estados Unidos). Al respecto, una publicación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) sostiene que esa estrategia comercial se traduce en "precios tan bajos que los competidores se ven obligados a retirarse del mercado, permitiendo que a la larga el predador eleve sus precios", al mismo tiempo que aclara que este fenómeno "es objeto de la vigilancia de la mayoría de los países de la OCDE".



Tony Valdez

Hipermercados venden por debajo del costo

A TODO O NADA

esa estrategia explican que apuntan a beneficiar al consumidor. Las que se oponen a esa política de comercialización advierten que se trata de un caso de práctica desleal que conduce al monopolio. Por su parte, los proveedores manifiestan su desacuerdo con el uso de precios predatorios porque sostienen que los perjudica. Luis Mario Castro, presidente de Unilever Argentina, apuntó que el dumping interno "distorsiona la relación precio/beneficio, afectando directamente el valor de la marca".

Vender por debajo del costo no significa que los híper pierdan dinero en su operatoria global sino que, como dicen los expertos, "son islas de pérdidas en un mar de ganancias". Es usual que los proveedores llenen las góndolas el día de la apertura de una nueva boca sin cobrar un centavo o que las grandes cadenas les reclamen bonificaciones por sus compras. También algunos híper gozan de exenciones en el pago de Ingresos Brutos. Esas ventajas les permiten operar a menores costos que los pequeños y medianos comercios.

Algunos híper reconocen que las ofertas por debajo del costo forman parte de una estrategia destinada a incentivar las ventas del resto de los productos, cuyos precios resultan superiores a los de la competencia. "Atraemos la atención del cliente con esa política en bienes clave, como las bebidas o los artículos de limpieza, que se necesitan todos los días, pero esa inversión la recuperamos con creces en otros productos", señaló a *Cash* el directivo de una gran cadena. Los datos de la encuesta mensual del Indec confirman que los híper no sufren quebrantos en sus balances: en promedio, el margen bruto de esa actividad ronda el 20 por ciento.

> "Vender por debajo del costo no significa que los híper pierdan dinero en su operatoria global sino que son 'islas de pérdidas en un mar de ganancias'."

En esa feroz competencia algunos proveedores se vieron obligados a publicar solicitadas para aclarar que ellos no vendieron a precios preferenciales a los híper. Coca-Cola, Serie Dorada, Grundig, Bodega Motegay, Crown Mustang, Editorial Estrada, Molinos, Reckitt & Colman y Arisco, entre otras, recorrieron ese camino.

BATALLA POR EL LIDERAZGO

Para Hugo Miguens, presidente de Cadam, entidad que agrupa a los distribuidores y autoservicios mayoristas, la historia se remonta a fines de 1995, cuando "Wal Mart y Carrefour comenzaron a vender Coca-Cola por debajo del precio de costo, modalidad que está prohibida en sus países de origen. Pero lo peor fue que otros los siguieron". El directivo sostuvo que "el consumidor quizá se beneficie en el corto plazo, pero luego de canibalizar a la competencia los híper fijarán los precios que les permitirán recuperar lo que perdieron".

Coca-Cola fue una de las empresas que resultó herida en el primer combate, cuando Wal Mart llegó a vender las latas de gaseosas a 35 centavos y la botella de dos litros a 1,10 pesos, mientras los valores sugeridos eran 50 centavos y 2,10 pesos, respectivamente. Durante las primeras semanas posteriores a la apertura del gigante minorista, los productos líderes fueron ofrecidos a precios hasta un 80 por ciento inferiores a los sugeridos por los proveedores para la venta al público.

Crown Mustang también quedó en el medio del campo de batalla: los televisores que le vendía a 300 pesos a Makro eran ofrecidos al público a 250. Mientras que en el caso de Editorial Estrada, el repuesto Rivadavia de 480 hojas era vendido por esta misma cadena un 35,37 por ciento por debajo del costo de adquisición. "Era tan grosero que nadie podía suponer que se trataba de ventajas obtenidas sobre el precio de compra", recordó Jorge Black, gerente general de la editorial. Esa política aprovechando la posición dominante que practican las grandes cadenas perjudica fundamentalmente a los pequeños y medianos comercios, que no tienen respaldo financiero suficiente para aguantar la embestida. Al respecto, Pedro Waisman, director de Electrodomésticos Turbocam, sostuvo que la venta por debajo del costo "es un acto de deslealtad comercial. Sus fines, en general, son destruir económica y financieramente a sus competidores con el objeto de quedarse con el mercado. Cuando esto se logra, se vuelven a aumentar los precios y, al final, se perjudica a los consumidores y se genera desempleo".

Bob Martin, titular de Wal Mart International, reconoció públicamente hace tiempo que "vender por debajo del costo forma parte de la batalla para ser líder de precios en el mercado". En ese entonces, Carlos Richter, gerente de Mercaderías de Carrefour, sostenía que a partir del compromiso público con sus consumidores, el precio más bajo, "en algunas oportunidades nos sentimos obligados a bajarlos por debajo del costo, pero son casos puntuales".

En esta oportunidad, ante la consulta de *Cash*, los directivos de Carrefour optaron por el silencio. En cambio, Gerardo Ruiz, director de Relaciones Públicas de Wal Mart para América del Sur, aprovechó la ocasión para subrayar que "la competencia es la que realmente nos dice a qué precio vender un producto, a partir de nuestro compromiso de ofrecer siempre el mejor precio, independientemente de que éste sea superior o inferior al de adquisición". Ruiz agregó que "vemos que el consumidor es el que está ganando, y también las fábricas porque están vendiendo más".

VIDRIERA PELIGROSA

Los miembros de la Cámara Argentina de Comercio acordaron "combatir la venta de productos por debajo del precio de costo, ya que se considera una práctica desleal que, aprovechando los mecanismos de libre mercado, termina precisamente distorsionándolos". Por su parte, la Cámara Argentina de Supermercados (CAS) "no avala ni acepta" esa política comercial, señaló Carlos Paciarotti, de la Mesa Directiva de la CAS. Y agregó que así "se produce un daño irreparable a las marcas de esos productos que son bastardeados con precios viles".

> "Wal Mart vendió las latas de Coca-Cola a 35 centavos y la botella de dos litros a 1,10 pesos, cuando los valores sugeridos eran 50 centavos y 2,10 pesos, respectivamente."

Paciarotti señaló que "juzgamos duramente a los colegas que hacen dumping interno pero no tomamos ninguna medida disciplinaria porque no está contemplado en los estatutos de la Cámara, pero estamos analizando seriamente conformar un Código de Etica Comercial".

Para algunos fabricantes comienza a ser evidente que la gran vidriera que hasta hoy los expone mañana puede exprimirlos al afectar el valor de sus marcas. Las ofertas de productos a precios inferiores al costo ocasiona a los fabricantes graves problemas con el resto de sus clientes. A fines del año pasado Molinos y Reckitt & Colman cuestionaron a los híper. En algunos casos, las industrias llegaron a suspender temporariamente las relaciones comerciales con las cadenas "en defensa de sus marcas y la sana competencia".

Para Alfredo Blousson, director de Consumer y Trade Marketing de Terrabusi, la decisión ya está tomada: "Si los híper operan con nuestros productos por debajo de una banda (costo de la mercadería más Ingresos Brutos), suspendemos las entregas". Jorge Castro Volpe, presidente de Molinos, coincidió con esa postura, al subrayar que "no le vendemos a nadie que lleve adelante esa política comercial".

Sin embargo, dada la triangulación existente en el mercado, tampoco la decisión de cortar relaciones comerciales con una gran cadena resuelve el conflicto. Así, mientras siga existiendo un vacío legislativo respecto de ese tema, los híper seguirán imponiendo sus propias reglas de juego.

Al filo de la legalidad

Para penalizar el dumping interno "se debe evaluar si existen posiciones dominantes en el mercado, lo que es difícil de resolver porque no hay evidencias", señaló a *Cash* Jorge Bogo, presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, dependencia de la Secretaría de Industria. El funcionario advirtió que "no se debe actuar apresuradamente adoptando legislaciones muy malas que existen en otros países sin analizar la cuestión seriamente sobre la base de cifras reales".



Jorge Bogo, presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

En la práctica, la aplicación de la legislación actualmente vigente, sancionada en 1980, requiere que en la denuncia sobre precios predatorios quede demostrado no sólo que se vendió por debajo del costo sino que, además, se lo hizo para atacar a la competencia. Esto último es lo que pena esa ley, algo prácticamente imposible de probar. Sucede que la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia no actúa de oficio, sino que sólo lo hace ante denuncias puntuales.

El Programa Belgrano para la modernización del comercio minorista, lanzado oficialmente a mediados del año pasado por el Gobierno, dedicó especial atención a la competencia desleal. En tal sentido, el plan prevé la generación de un Código de Prácticas Comerciales "que mejore las relaciones entre las empresas proveedoras y el comercio, evitando situaciones de abuso que aceleren el deterioro del sector".

La venta de productos de consumo masivo a pérdida está prohibida en varios países (Austria, Bélgica, Francia, Suiza, Australia, Canadá, Francia y Estados Unidos). Al respecto, una publicación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) sostiene que esa estrategia comercial se traduce en "precios tan bajos que los competidores se ven obligados a retirarse del mercado, permitiendo que a la larga el predador eleve sus precios", al mismo tiempo que aclara que este fenómeno "es objeto de la vigilancia de la mayoría de los países de la OCDE".



LO QUE SOBRA ES EL DINERO

Esto pasa solamente en el mercado bursátil. La abundancia de fondos en la plaza local e internacional está animando el negocio con acciones y bonos, que ya acumula una extraordinaria racha positiva de nueve meses. Así, el MerVal se está acercando al record de los 890 puntos de junio de 1992. Algunos corredores advierten, sin embargo, que la bonanza no será eterna.

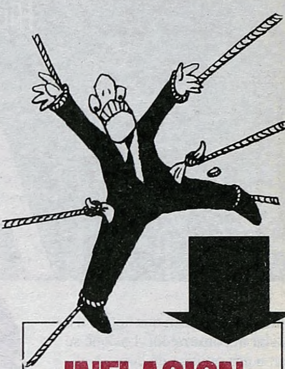
(Por Alfredo Zaiat) Las acciones siguen avanzando lenta pero sostenidamente ante la sorpresa de los principales *brokers* del recinto. El índice de acciones líderes MerVal superó los 800 puntos (el viernes cerró a 803). Pero la expectativa que domina en la rueda es que el mercado está lanzado a superar el record de los 890 puntos de junio de 1992. Nivel que fue la antesala a una de las peores crisis bursátiles de la historia de la plaza local. Pero ese fantasma no atemoriza a los operadores. Están seguros de que no existen riesgos de que se precipite un crac, aunque se muestran cautelosos cuando analizan el intenso rally que están teniendo las cotizaciones.

La racha positiva de los papeles se extiende desde fines de agosto del año pasado, cuando desde los 500 puntos del MerVal empezaron a escalar posiciones. Desde entonces no hubo un solo mes en que el MerVal haya culminado con saldo negativo. Este extraordinario recorrido, que no estuvo acompañado de jornadas de euforia descontrolada de parte de los financistas como en boom anteriores y, por ese motivo, no parece tan espectacular, encontró a importantes *brokers* en una posición pesimista. Esa actitud les significó quedar parados en la estación mientras el tren de la fortuna pasaba delante de sus ojos.

Esos operadores esperaban una fuerte corrección ante el convencimiento de que la Bolsa de Nueva York iba a registrar una abrupta baja (el viernes el Dow Jones volvió a quebrar otro record, al cerrar a 7436 puntos), de que se iba a restringir la abundante liquidez en el mercado japonés o de que la plaza brasileña iba a sufrir un fuerte cimbronazo. Nada de eso ha sucedido, y la apuesta les falló. Así lo reconoció uno de los principales jugadores en el recinto local, el financista George Soros, que a través de su compañía de asesoramiento bursátil en Argentina señaló en su informe de esta semana que "no podemos negar que nuestra excesiva cautela respecto del mercado argentino en el último tiempo ha resultado ser una estrategia errónea".

Otros corredores, pese a que han jugado más activamente en la rueda, también manifiestan una posición conservadora. Sostienen que las acciones y los bonos cotizan con tanta firmeza exclusivamente por la fabulosa liquidez que existe en la plaza local e internacional. Por un lado, los fondos del exterior han elegido en estos meses destinar a la región una porción mayor de sus capitales especulativos reservados a los mercados emergentes. Y por otro, las AFJP siguen arrimando sin pausa papeles a sus carteras con los fondos que mensualmente derivan los trabajadores a sus cuentas previsionales.

En ese contexto, con dinero caliente buscando con ansiedad rentas atractivas, las ruedas seguirán animadas. Pero, del mismo modo que las advertencias tardías de junio de 1992, ahora adquiere mayor relevancia el consejo de que las bonanzas bursátiles no son eternas.



INFLACION
(en porcentaje)

Junio (1996)	0,0
Julio	0,5
Agosto	-0,2
Septiembre	0,2
Octubre	0,5
Noviembre	-0,2
Diciembre	-0,3
Enero 1997	0,5
Febrero	0,4
Marzo	-0,5
Abril	0,1
Mayo	-0,1
Junio (*)	0,0

(*) Estimada

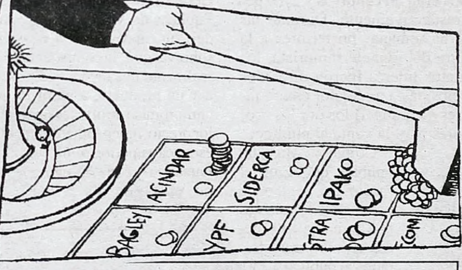
Inflación acumulada últimos 12 meses: 0,7%

TASAS

	VIERNES 30/5 en $	VIERNES 30/5 en u$s	VIERNES 6/6 en $	VIERNES 6/6 en u$s
	% anual		% anual	
Plazo Fijo a 30 días	6,4	5,6	6,5	5,7
60 días	7,2	6,2	6,9	6,2
Caja de Ahorro	3,3	2,4	3,3	2,4
Call Money	6,0	5,0	5,5	5,0

NOTA: Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la tasa que reciben los pequeños y medianos ahorristas.

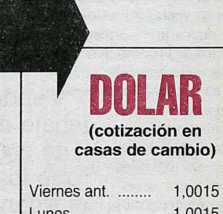




LOS PESOS Y LAS RESERVAS DE LA ECONOMIA
(en millones)

	en $
Cir. monet. al 04/06	13.870
Depósitos al 29/05	
Cuenta Corriente	9.836
Caja de Ahorro	6.882
Plazo Fijo	11.574
	en u$s
Reservas al 04/06	
Oro y dólares	19.707
Títulos Públicos	1.747

Nota: La circulación monetaria es el dinero que está en poder del público y en los bancos. Los montos de los depósitos son una muestra realizada por el BCRA. Las reservas están contabilizadas a valor de mercado.



DOLAR
(cotización en casas de cambio)

Viernes ant.	1,0015
Lunes	1,0015
Martes	1,0015
Miércoles	1,0015
Jueves	1,0015
Viernes	1,0015
Variación en %	–

ACCIONES

	PRECIO (en pesos) Viernes 30/5	Viernes 6/6	VARIACION (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
ACINDAR	2,365	2,410	1,9	1,9	72,0
ALPARGATAS	0,909	0,905	-0,4	-0,4	5,3
ASTRA	2,000	2,060	3,0	3,0	10,3
C.COSTANERA	3,650	3,630	-0,5	-0,5	28,2
C.PUERTO	3,160	3,180	0,6	0,6	15,2
CIADEA	4,000	4,680	17,0	17,0	6,0
COMERCIAL DEL PLATA	3,480	3,650	4,9	4,9	32,0
SIDERCA	2,400	2,460	2,5	2,5	34,0
BANCO FRANCES	10,850	10,970	1,1	1,1	17,1
BANCO GALICIA	6,600	6,660	0,9	0,9	10,8
INDUPA	1,190	1,280	7,6	7,6	12,0
IRSA	3,940	4,040	2,5	2,5	25,3
MOLINOS	3,900	3,920	0,5	0,5	11,2
PEREZ COMPANC	7,650	7,920	3,5	3,5	25,3
SEVEL	2,000	2,150	7,5	7,5	-13,1
TELEFONICA	3,600	3,630	0,8	0,8	38,5
TELECOM	5,330	5,390	1,1	1,1	33,0
T. DE GAS DEL SUR	2,520	2,500	-0,8	-0,8	5,6
YPF	29,900	30,500	2,0	2,0	22,2
INDICE MERVAL	778,080	802,950	3,2	3,2	23,1
PROMEDIO BURSATIL	-	-	**3,0**	**3,0**	**24,0**



–*¿Se está viviendo un boom en el mercado bursátil?*

–Es increíble lo que está pasando. Argentina se ha revaluado para los inversores a partir de la mejora de la calificación del país realizada por las agencias de riesgo. El dato relevante para entender lo que está pasando en el mercado es el que se refiere a que un grupo de empresas argentinas han recibido el *investment grade* (nota que permite a los principales fondos institucionales del exterior comprar bonos de esas compañías). Esto significa que no falta mucho para que el país suba a esa categoría.

–*¿Eso solo explica la actual fortaleza de las cotizaciones?*

–No. También existe otro elemento importante que es la reconversión que está viviendo el sistema financiero. Esto hace bajar el riesgo país. Y vuelve poco probable que un efecto similar al tequila pueda afectar a la plaza local.

–*¿Durará mucho más el boom de acciones y bonos?*

–El mercado mexicano, antes del Tequila, ofrecía un rendimiento similar al de los papeles argentinos. Hoy Argentina está por debajo, cuando está mejor que México. La plaza local se retrasó y ahora está recuperando terreno. Algunos papeles alcanzaron precios máximos históricos, y otros están muy cerca.

ME JUEGO

JUAN J. ALDAZABAL
DIRECTOR DEL BANCO COMAFI

–*¿Piensa que la FED (banca central estadounidense) subirá la tasa de interés de corto plazo?*

–En los mercados emergentes existe el temor sobre la evolución de la economía americana. Hoy (por el viernes) se difundió que el índice de desempleo fue del 4,8 por ciento, el más bajo de los últimos 30 años. La tasa del bono a treinta años bajó a 6,78 por ciento, porque la creación de nuevos empleos fue poca. Pienso que Alan Greenspan, titular de la Reserva Federal, quiere subir la tasa. Pero no lo dejan porque no hay inflación.

–*¿Y entonces?*

–En ese escenario internacional el jubileo en el mercado seguirá. Si bien hay que ser cauteloso porque las cotizaciones de ciertos papeles han alcanzado sus máximos históricos. Y es poca la ganancia que se puede esperar con los bonos.

–*¿Qué acciones le gustan?*

–Siderca, Pérez Companc, Banco Galicia, Citicorp, Siderar e YPF. Para una cartera agresiva me gustan Alpargatas, Bansud, Corcemar y TGS.

–*Parece que a los operadores ya no les importan los conflictos políticos o los interrogantes sobre la economía.*

–Es verdad. Esos temas importan cada vez menos. La globalización de los mercados les quita volatilidad a los papeles. No importan tanto las internas políticas y ni si a Menem le va bien en las elecciones. El mercado piensa que no va a cambiar nada en el corto plazo a nivel económico.



TITULOS PUBLICOS

	PRECIO		VARIACION (en porcentaje)		
	Viernes 30/05	Viernes 6/06	Semanal	Mensual	Anual
Bocon I en pesos	124,750	125,000	0,2	0,2	6,6
Bocon I en dólares	128,350	129,000	0,5	0,5	5,6
Bocon II en pesos	100,000	101,200	1,2	1,2	10,5
Bocon II en dólares	116,000	117,500	1,3	1,3	9,3
Bónex en dólares					
Serie 1987	100,100	100,250	0,1	0,1	3,6
Serie 1989	97,380	98,000	0,6	0,6	3,7
Brady en dólares					
Descuento	86,000	86,875	1,0	1,0	12,8
Par	67,750	69,500	2,6	2,6	9,8
FRB	93,375	94,125	0,8	0,8	8,1

Los precios son por la lámina al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.



Paradoja ganadera

SIN AFTOSA Y CON CRISIS

AGRO

La reciente obtención del status sanitario de país libre de aftosa le abre a las carnes argentinas las puertas del mercado mundial. Pero la crisis sectorial le impide al sector recoger los frutos.

La declaración de país libre de aftosa que obtuvo Argentina en la Oficina Internacional de Epizootias enfrenta a la ganadería nacional con una amarga contradicción. Mientras se abre la posibilidad de acceso a nuevos mercados, el sector se debate en crisis, con una pérdida en su stock de 1,5 millones de cabezas en el último año. La paradoja fue puesta de manifiesto ayer, en la localidad cordobesa de Canals, por el presidente de la Sociedad Rural, Enrique Crotto, en la inauguración de su cuadragésimo sexta exposición agricologanadera.

"Esto no significa haber ganado la guerra, sino una primaria y substancial batalla", expresó el dirigente ruralista en relación al status sanitario otorgado días atrás en Francia. Advirtió que queda por delante el desafío de revertir la crítica situación del sector para aprovechar las posibilidades comerciales que se abren. "La cría no tiene rentabilidad, y sin ella, el crecimiento no es posible", dijo.

El sector ganadero no fue ajeno a las consecuencias de la prolongada sequía, que perjudicó en más de mil millones de dólares a la cosecha. La escasa disponibilidad de forraje, describió Crotto en Córdoba, también dañó a la producción de carne y leche. Pero, además, la ganadería resultó afectada por "la mayor demanda de tierras agrícolas, que desplazó a los rodeos a zonas de menor productividad".

El gobernador de Córdoba, Ramón Mestre, no se salvó de los palos de los ruralistas. "La sequía se ha instalado en casi la totalidad de la provincia", describió Crotto, que tuvo como principales víctimas a los campos sembrados de maní y soja, del sur de la Docta. Sin embargo, la respuesta ha sido "lenta y escasa". Igual imputación fue hecha, un par de semanas atrás, por la Federación Agraria Argentina, que organizó una movilización provincial para repudiar la política del gobernador radical. Ambas entidades del campo, pese a la distancia ideológica que las separa, coincidieron en señalar que la situación puso en riesgo la continuidad productiva de un gran número de explotaciones, particularmente las pequeñas y medianas con menor capacidad de autofinanciarse.

A los reclamos reiteradamente formulados por la dirigencia agraria en materia de incentivos fiscales y ayuda crediticia, ayer la Sociedad Rural le sumó demandas específicas para la ganadería:

-Derogación del impuesto a los bienes personales sobre el rodeo de cría y sobre la tierra destinada a dicha actividad.

-Amortización fiscal acelerada en la adquisición de vientres.

-Desgravación en el impuesto inmobiliario para las inversiones en mejoras, molinos, perforaciones, alambrados, implantación de pasturas y cursos de capacitación.

-Líneas crediticias para la retención y compra de vientres a plazos de 10 años, con 3 de gracia e incentivos de tasa.

De paso, Crotto recordó que hace un año la entidad le presentó al gobierno nacional las bases para el desarrollo de la ganadería, "pero aún no hemos recibido respuesta alguna".

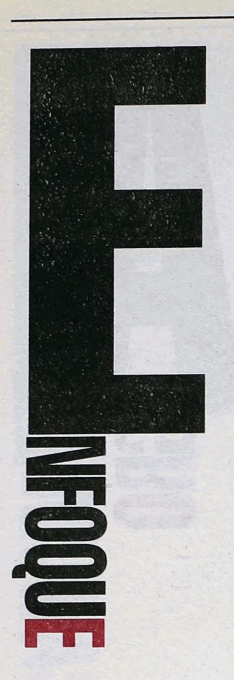
MAS LANA POR MENOS DOLARES

Las exportaciones de lanas en los primeros nueve meses de la zafra 1996/97 (julio a marzo) llegaron a 38.494 toneladas de peso efectivo, un 18,3 por ciento por encima de lo alcanzado en la temporada anterior. De acuerdo al informe distribuido por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, los principales destinos de las ventas argentinas del producto fueron Italia, Alemania y China. Del volumen total exportado, 16.582 toneladas (43 por ciento) correspondieron a lanas sucias; 11.008 toneladas (28,6 por ciento) a peinada, y 8.372 (21,7 por ciento) a lavada. El aumento de exportaciones correspondientes a cada etapa, con respecto a la zafra anterior, fue del 30 por ciento para la sucia y 16,1 por ciento para la peinada. Los envíos de lana lavada disminuyeron en un 0,1 por ciento. Pese al incremento en los volúmenes embarcados, la caída en los precios internacionales obtenidos más que compensó el alza, resultando un valor exportado de 132,5 millones de dólares, contra 150,6 millones de la zafra anterior.

País	Ton. peso efectivo julio-marzo 96/97*	Ton. peso efectivo julio-marzo 95/96*	Variación por ciento
Italia	8.311	5.519	50,6
Alemania	7.734	5.448	41,9
China	6.056	5.599	8,2
Francia	3.026	2.733	10,7
Bélgica	2.547	845	201,4
India	1.817	2.093	-13,2
Hong Kong	1.799	1.673	7,5
Uruguay	1.108	1.971	-43,8
México	991	719	37,8
Japón	660	881	-25,1
Chile	593	487	21,8
Perú	573	355	61,4
España	490	448	9,4
Taiwan	489	807	-39,4
Reino Unido	483	811	-40,4
Restantes	1.817	2.160	-15,9
Total	38.494	32.549	18,3

* No incluye lana sobre cueros ni cueros secos.

Fuente: FLA



*(Por Edgardo Figueroa y Jerónimo Morales Rins *)* Mucho se ha escrito respecto de la posible contribución de las exportaciones y en especial de las industriales como herramienta para generar empleo y ayudar a resolver el fenómeno de la desocupación. En un reciente trabajo *Las exportaciones de manufacturas y la generación de empleos - Un análisis de la experiencia argentina desde la Convertibilidad*, la Secretaría de Relaciones Económicas Internacionales, revaloriza la importancia de lo que significa la exportación de manufacturas en términos de la generación de empleo y de crecimiento en los niveles salariales de las ramas exportadoras respecto de las que no lo son.

Sin entrar a considerar la metodologia utilizada en el trabajo, el mismo rescata lo que significó en términos de empleo el dinamismo exportador de la industria en términos de generación de puestos de trabajo y de mejores niveles salariales a partir de 1993. Este reconocimiento, tardío, al rol de las exportaciones industriales es de particular importancia ya que en la actualidad se registra una desaceleración en su crecimiento y un retroceso en la participación relativa de las mismas en el total exportado. Además, sólo el complejo automotriz (en especial de las terminales con un marco normativo especial para su desenvolvimiento y una especialización creciente intramercosur) es el que ha evitado que las exportaciones industriales hayan tenido una desaceleración mayor que la registrada.

La experiencia internacional es clara en el sentido de que los países con mayores tasas de crecimiento en materia de exportaciones y de fuerte incidencia de las manufacturas en sus totales exportados han generado un notable incremento del empleo industrial, mientras que los países con bajas tasa de crecimiento en las exportaciones o con un decrecimiento de las mismas no han generado empleo industrial o por el contrario lo han destruido.

La Argentina es, de los 30 países analizados y después de Noruega, el país que más empleo industrial ha destruido en el período analizado (1980-1994).

Esto demuestra claramente que la contracción del empleo en el sector industrial es un fenómeno ni uniforme, ni inexorable.

Sobre 30 países analizados la mitad incrementó la cantidad de empleo industrial. Entre los países que aumentaron en términos absolutos su cantidad de trabajadores industriales se encuentran tanto países de reciente industrialización (NIC's) como países maduros industrialmente, países con fuertes esquemas de flexibilidad en sus relaciones laborales (NIC's) y países donde esa flexibilidad es menor (Israel). La única excepción a esta regla es el caso de Chile, que ha tenido alto dinamismo de sus exportaciones, generando empleo pero con una incidencia sobre su total de manufacturas exportadas muy baja.

Al margen de las particularidades de cada caso, es de destacar que la Argentina es, de los 30 países analizados y después de Noruega, el país que más empleo industrial ha destruido en el período analizado (19801994).

Esta situación tiene su correlato en las características que asume la inversión extranjera directa, donde con excepción del sector automotriz la inversión se destina a sectores productores de bienes de bajo valor agregado o servicios (ver cuadro).

Suponiendo, que el inversor externo es racional y asigna eficientemente sus recursos, podemos concluir que Argentina no es vista en el exterior como un país donde se puedan desarrollar actividades productivas complejas (generadoras de empleos con altos salarios). El porqué de esto constituye la pregunta clave que economistas, empresarios y dirigentes políticos deben tratar de contestar. ¿Cómo generar políticas que alienten al empresariado a avanzar en la cadena de valor con productos de mayor innovación y mayor contenido tecnológico y se atraigan inversiones que tengan estas características? Queda planteado el desafío.

**Economistas de la Fundación Andina*

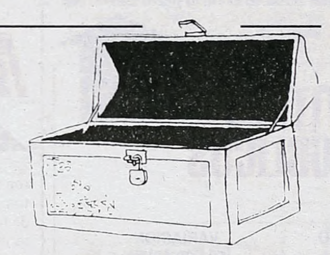
CLASIFICACION DE LA INVERSION EXTRANJERA DIRECTA POR SECTORES PRODUCTIVOS DE DESTINO

(1994-2003)

SECTORES PRODUCTIVOS	INVERSIONES En millones	%
Automotriz	4.366	12
Alimentos, bebidas y tabaco	3.984	11
Química y Petroquímica	3.036	9
Minería	3.224	9
Telecomunicaciones	8.296	24
Energía	6.176	18
Subtotal	29.082	83
TOTAL	35.084	100

Fuente: Fundación Andina en base a datos de la Fundación Invertir.

EL BAUL DE MANUEL



Por M. Fernández López

La paz de los campos

Para hacer una torta hay que reunir ingredientes: algunos indispensables como agua; otros intercambiables, como azúcar por edulcorante. La misma torta se cuece en la antigua cocina "económica" o en horno de microondas. Si no hay electricidad, el segundo método es inviable; si se usa el segundo, deja de comprarse carbón. Sin términos medios: no hay formas de cocinar que combinen un poco de carbón con un poco de electricidad. El estudiante de Economía aprende esto en su primer curso: producir es complementar factores; innovar es *saltar* de una combinación de factores a otra distinta; la competencia obliga a adoptar tecnología más avanzada o abandonar el mercado; el trabajo es heterogéneo y complementario a cada tecnología distinta; el crecimiento económico depende del mejoramiento de la capacidad productiva del trabajo. Nuestros gobernantes, que dicen haber creado el modelo económico que nos rige, sin duda habrán cursado al menos la primera asignatura de Economía y no podrían alegar ignorancia de las proposiciones mencionadas. Por ejemplo, que un operador con mediano conocimiento de computación no puede ser sustituido en su tarea ni por un millón de campesinos cuya capacitación se limitó a manejar un machete cortando caña de azúcar. Tampoco, que una súbita apertura de la economía obligaría a los empresarios a renovar drásticamente su tecnología, y reemplazar la anterior, con mano de obra no calificada. Por ejemplo, adoptar maquinarias que operan con cerebros y no con manos, y abandonar técnicas a base de manos sin cerebros. Poblaciones secularmente pobres, dependientes por décadas de la demanda de mano de obra no calificada por el único ingenio o única fábrica del lugar, por esa misma razón nunca desarrollaron capacidades laborales que no tendrían demanda en esos pueblos. Adquirir educación y entrenamiento insume tiempo y recursos, en tanto comprar maquinaria de tecnología moderna requiere recursos pero no tiempo. Abrir la economía súbita y drásticamente, sin previa planificación del recurso humano, equivalió a adoptar una política de *promoción del desempleo estructural*, a dejar sin posibilidad de empleo productivo, ni ingresos fundados en trabajo, a poblaciones enteras, prisioneras del modelo, convertidas en campos de concentración sin alambrada, vigiladas por ejércitos bien provistos encargados de mantener el "orden".

Leopoldo Portnoy (1918-1997)

Dar el adiós a un ser humano es penoso, pero darlo al que dedicó su vida a estudiar, enseñar, la conducción universitaria o la función pública honesta entraña una pérdida irreparable. Lo conocí en 1960 en la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA, no por ser su alumno –yo asistía a las clases de Rosita Cusminsky– sino por dar con él mi primer examen de Economía. Llamaba la atención su atuendo distinto, con corbata de moño y poncho. Palacios todavía era profesor en la Facultad y acaso vestir así expresara un signo de pertenencia al socialismo. Pero con su poncho, Palacios homenajeó y reivindicó al gaucho. En Portnoy había algo más, o algo distinto: un mensaje interior de inconformismo, visible cuando participaba en congresos o actos públicos, donde no solía omitir algunapalabra en disidencia. Carlos T. Mur, por ese rasgo, lo llamaba *enfant terrible*. Pero también era un mensaje a los demás, que decía que siempre hay otros caminos posibles. Fui su alumno en Teoría de la Política Económica y Sistemas Económicos Comparados, donde lo ayudaba Clemente Panzone y se leía *Política económica* de Tinbergen. Y concluí mi carrera con su seminario sobre Política de Desarrollo Económico, donde uno de los temas era el financiamiento del desarrollo. En 1963 tuvimos otros motivos para admirarlo, su *Análisis crítico de la economía*, que acompañó las obras de Galletti y de Bagú sobre la realidad argentina en el siglo XX. Escribió del presente al pasado, como propuso Leontief. Sus páginas reflejaban su desencanto y escepticismo: el peso de la dependencia externa, la decisión empresaria de mantener privilegios viejos y nuevos, y el eterno recurso a los pobres para absorber los errores de la conducción. Y sus capítulos eran elocuentes: Las dos realidades, El retorno, La gran ilusión, Los cajeros, La tierra y las vacas. En sus clases o escritos hacía lugar para la economía regional y nunca dejaba de ofrecerse cuando era necesaria una clase u opinión sobre el tema. Trabajó en el grupo Urbis (desarrollo de Misiones) y en planes reguladores de La Plata, Ensenada y Posadas. Se fue con los bastones largos, con Bagú y otros, pero dio clases de economía urbana en el Colegio de Graduados. Allí disfruté nuevamente de él, cuando dirigimos la *Revista de Ciencias Económicas*. En el final alcanzó la síntesis, al ponerse más allá de egoísmos y enfrentamientos y tender a todos su mano generosa.



SIDERCA

La siderúrgica del grupo Techint cerró su balance anual al 31 de marzo último con una utilidad de 175,2 millones de pesos, casi cinco veces y media superior a la registrada en su ejercicio anterior. Su producción aumentó de 714 mil a 726 toneladas, y las ventas lo hicieron de 728 mil a 784. La facturación interna bajó un 2,4 por ciento, en cambio las exportaciones se expandieron más del 12 por ciento. El nivel de endeudamiento durante este período se redujo a la mitad del anterior. Para este año, Siderca prevé una suba en sus despachos, con una leve disminución en el sector petrolero-gasífero que se compensaría con aumentos en el área industrial.

BANCO PROVINCIA

La entidad financiera bonaerense, que comanda Rodolfo Frigeri, inaugurará en julio próximo una representación en París. La nueva casa se sumará a las que posee en diez países de América y Europa. El Provincia de Buenos Aires quiere profundizar los contactos con bancos y organismos gubernamentales del área de influencia, así como promover joint ventures entre firmas de los dos países.

PEREZ COMPANC

La empresa arrocera Hispano Paraguaya, controlada por la sociedad Carlos Casado, otorgó a Pérez Companc una opción de compra de 10 mil hectáreas ubicadas a partir del kilómetro 11 del camino Puerto Casado a ruta Transchaco. El vencimiento de esta opción operará el 30 de mayo de 1998 y el precio –pagadero al contado– se fijó en 150 dólares por hectárea.

APYME

La Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios firmó un acuerdo de cooperación con la Federación de Asociaciones de Micro y Pequeñas Empresas (Fampesc) del estado brasileño de Santa Catarina. Las entidades buscan facilitar a sus asociados el acceso a la información sobre negocios en sus respectivos países y zonas de influencia. También formarán equipos de trabajo para estudiar las formas más apropiadas de atender a las pymes en el Mercosur y otros mercados mundiales, incluyendo los aspectos políticos, económicos y sociales. Este acuerdo contó con el apoyo local del Banco Credicoop y la Tarjeta Cabal, así como del Banco del Estado de Santa Catarina (BESC).

BOWLING

Las empresas de entretenimientos Playcenter, de San Pablo, y AMF Bowling Worldwide, de Virginia, se asociaron esta semana para desarrollar y operar cerca de 39 salones de bowling en Brasil y Argentina. La nueva sociedad, que se denominará AMF Playcenter y que tendrá su sede en San Pablo, planea invertir 100 millones de dólares. Aseguran que esta inversión representa el mayor ingreso de capitales en el mercado del ocio y la recreación de Sudamérica. Esta empresa se hará cargo de seis salones de bowling en Brasil y dos en Argentina. Durante este año abrirán cinco de esos centros en Brasil y uno en Argentina, en el Show Center Haedo. Entre 1998 y el 2001 inaugurarán otros 25 en ambos países.